

С точки зрения правовой необходимо создать совокупность принципов и правил взаимодействия СМИ и аудитории в условиях их динамического взаимодействия и делегирования вовне критически важного объема информации и большого спектра видов деятельности по сбору, хранению, обработке, распространению таргетизированной массовой информации.

С точки зрения финансовой необходимо создать механизмы обеспечения возобновления ресурсов в условиях минимальной маржинальности подписной и рекламных моделей облачных СМИ.

Для того чтобы облачные СМИ могли существовать в нормальном режиме, также необходимо отработать следующие технологии: общего доступа к облачным ресурсам большого количества пользователей, загрузки контента в требуемое время и автоматической кодировки в нужном формате, адресации, механизмов оплаты контента, взаимодействия с PA и PR.

Литература

1. McCarthy, J. Recursive Functions of Symbolic Expressions and Their Computation by Machine, Part I / J. McCarthy. – Communications of the ACM, 1960. – Т. 3. – № 4.
Перевалов, В.В. Основы интернет-журналистики / В.В. Перевалов – М.: Изд-во МГУП им. Ивана Федорова, 2013.
2. Гатов, В. Postjournalist / В. Гатов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://postjournalist.ru/>. – Дата доступа: 10.09.2014.
3. Блог Анатолия Мильнера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.amilner.com/tag/облачное-медиа/>. – Дата доступа: 10.09.2014.

Наталля Сцяжко

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

ТЭЛЕКАНАЛ «БЕЛАРУСЬ 3» – ПОШУК ТВАРУ

Больш за год працуе ў беларускім тэлеэфіры першы лічбавы культуралагічны канал «БТ-3», які ўваходзіць у холдынг Белтэлерадыёкампаніі. Сёння, абапіраючыся на сетку вяшчання і кантэнт, які канал прапануе свайму глядачу, можна падвесці некаторыя вынікі.

Першае – наколькі канал адпавядае той місіі, дзеля якой ён быў створаны? Місія тэлеканала «Беларусь 3» – пазіцыяніраванне культуры як сукупнасці матэрыяльных і інтэлектуальных каштоўнасцей Рэспублікі Беларусь у сучасным медыясяроддзі. Галоўная задача «Беларусь 3» – даверная размова на тэмы культуры ў шырокім сэнсе слова» [1].

Пасля вызначэння місіі наступнае пытанне: хто мэтавая аўдыторыя канала? Як сказаў у сваім інтэрв’ю кіраўнік канала В. Маючы, «каналы кшталту “Культуры”, незалежна ад таго, у Беларусі яны, у ЗША, у Польшчы ці ў Антарктыдзе, не маюць долі больш за 2 % аўдыторыі» [2, с. 32]. Трэба дадаць, што аўдыторыя культуралагічнага канала – гэта адукаваныя людзі, якія цікавяцца сваёй гісторыяй і культурай. У тым жа інтэрв’ю В. Маючы кажа: «Паколькі канал разлічаны ўсё ж на *масавага глядача*, аўдыторыя проста не зразумее, калі ў нас не будзе мастацкага кіно» [2, с. 33]. Вось тут утойваецца галоўная памылка ў стратэгіі канала – разуменні сваёй мэтавай аўдыторыі. Масавыя каналы ў нас – «Беларусь 1», «Беларусь 2», дзе шмат шоу, перадач на розны густ, серыялаў і фільмаў. Канал «Беларусь 3» павінен адрознівацца ад іншых каналаў менавіта якасцю свайго кантэнту, узроўнем вядучых і максімальнай прысутнасцю беларускай мовы. У канала павінна быць асабістая ДНК, па якой яго можна пазнаць у свеце.

Канал распрацаваў вельмі добрыя рубрыкі, якія агортваюць усе бакі культурнага жыцця Беларусі: «Тэатр», «Кіно», «Літаратура», «Музыка», «Асобы», «Гісторыя», «Каляровы свет», «Прырода», «Традыцыі», «Дойлідства», «Навука», «Музеі», але асабістага кантэнту вельмі мала. Канал робіць наступныя перадачы: «Сіла веры», «Дыя@блог», «Калыханка», «Наперад у мінулае», «Дабрананак», «Культпрасвет», «Хіт-парад», «Маладзечна – 2014». Паказваецца шмат дакументальнага беларускага кіно, архіўныя перадачы Беларускага тэлебачання, некаторыя перадачы іншых каналаў, сусветнае кіно. Галоўнае, чаго не хапае каналу «Беларусь 3», – гэта асабістых глыбокіх і аналітычных праграм пра культуру з удзелам вучоных і мастацтвазнаўцаў. Не хапае культурна-асветніцкіх праграм, у якіх бы размова ішла пра духоўныя каштоўнасці, створаныя беларусамі. Акцэнт у такіх праграмах павінен рабіцца на экспертах – кшталту прафесара доктара філалагічных навук Адама Мальдзіса.

На канале існуе вельмі банальная праграма «Культпрасвет», мэта якой – анонс праграм канала на тыдзень. Па-першае, вядучыя А. Дамарацкі і А. Мукавозчык размаўляюць па-руску, што ўжо не адпавядае стратэгіі канала, па-другое, іх выступленні, узровень думкі не перавышаюць кампетэнтнасць мэтавай аўдыторыі, да якой яны звяртаюцца, што не можа выклікаць цікавасць да праграмы, бо няма навізны і аналізу.

Увогуле, беларускай мовы на канале вельмі мала, хаця, калі канал ствараўся, Г.Б. Давыдзька – старшыня Белтэлерадыёкампаніі – абяцаў,

што яе будзе каля 70–80 %. Можна зразумець, калі ідуць мастацкія фільмы ці замежны кантэнт і яго трэба дубліраваць на беларускую мову (а такі час абавязкова прыйдзе), але ствараць асабістыя праграмы не на беларускай мове – гэта нонсэнс. На канале існуюць дзве вельмі добрыя брэндастваральныя праграмы: «Гаворым па-беларуску» (тэлеканал «Гомель») і «Калейдаскоп». Вядучыя – Алена Трацэнка і Ірына Маісеева – узор вымаўлення і валодання моваю, на іх трэба раўняцца. Але галоўная праграма на любым канале, якая стварае яго твар, гэта «Навіны». У дачыненні да канала «Беларусь 3» – «Навіны культуры». Нельга пагадзіцца з думкаю В. Маючага, які кажа: «Калі гаворка ідзе пра асвятленне падзей грамадскага жыцця, то з гэтым цудоўна спраўляюцца нашы калегі з “Беларусь 1” у інфармацыйных блоках і асобных праграмах, прысвечаных культуры. А калі мець на ўвазе канстатацыю падзей, што адбываюцца ў культурным асяродку, то гэтую функцыю ўзяла на сябе наша праграма “Калейдаскоп”». Хоць гэта і не навіны ў чыстым выглядзе, хутчэй, хроніка падзей мінулага ці будучага часу» [2, с. 33].

Канал «Беларусь 3» – гэта самастойны культуралагічны дзяржаўны канал, які будзе імідж нашай краіны. Культура ў стварэнні іміджу любога грамадства з’яўляецца дамінантай, таму культурныя падзеі, якія адбываюцца ў краіне, павінны шырока асвятляцца, на іх трэба звяртаць увагу, аналізаваць іх, а гэта лепш за ўсё могуць зрабіць «Навіны культуры». Іншая справа – гэта вельмі затратны праект, які патрабуе шмат рэсурсаў і людскіх, і фінансавых, але ён таго варты.

Таксама на канале павінны быць праграмы ў жанры дыскусіі, у якіх бы абмяркоўваліся актуальныя, значныя праблемы. У такіх праграмах падчас палемікі нараджаюцца думкі наконт ролі і месца культуры ў беларускім жыцці, што адпавядае місіі канала. Увогуле, кожны жанр, кожны стыль стварае свой непаўторны вобраз рэчаіснасці, і гэты вобраз адсылае гледача не столькі да яго рэальнага вопыту, колькі да гатовага «культурнага кода», які выклікае пэўныя эмоцыі і вымушае душу працаваць.

Такім чынам, што трэба рабіць? Самае галоўнае распрацавана – місія і рубрыкі канала, і зразумелая мэтавая аўдыторыя. Каб канал набыў свой непаўторны твар, трэба зрабіць «Навіны культуры», асабістыя праграмы ствараць толькі на беларускай мове, адмовіцца ад нецікавых вядучых, на кожную рубрыку, распрацаваную каналам: «Тэатр», «Кіно», «Гісторыя» і г. д., – зрабіць хоць бы па адной перадачы, аўтарамі і, галоўнае, вядучымі якіх былі б прафесіяналы ў азначанай галіне. Журналісты, якія працуюць на канале, маглі б падбіраць матэрыялы,

працаваць над стварэннем праграмы, галоўнае, набірацца вопыту і ведаў. Такі канал зайграе новымі фарбамі, гэта будзе сапраўдны, культуралагічны дзяржаўны тэлеканал.

З часам можа змяняцца форма, структура, стыль, фармат перадач, але нязменным застанецца філасофія канала, сутнасць якой – у адаптацыі сучаснага жыцця да лепшых канонаў класічнага мастацтва і годнага прадстаўлення Беларусі ў сусветным медыясяроддзі.

Літаратура

1. Тэлеканал Беларусь 3 [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <http://3belarus.by/content/тэлеканал-беларусь-3>. – Дата доступу: 5.08.2014.
2. Целяшук, В. Дырэктар тэлеканала «Беларусь 3» Віктар Маючы: «Нашай краіне трэба захоўваць аўтэнтычнасць...» / В. Целяшук // Журналіст. – 2013. – № 3–4. – С. 32–33.

Валерый Шейн

Белорусский государственный университет

РЕПОРТАЖ: ХРОНИКА ИЛИ ЗВУКОВАЯ КАРТИНА СОБЫТИЯ?

Было время, когда радиорепортажу уделяли много внимания: посвящали статьи в периодике (журнал «Радио и телевидение»), выпускали отдельные научные сборники («Радиорепортаж», 1962 год), проводили международные научно-практические конференции, посвященные теории и творчеству этого жанра (Прага, Чехословакия, 1961 год), одним словом, репортаж в советском радиоэфире почитался. Получить в то время приз «Золотой микрофон» или премию «Лучший репортер года» было для всякого журналиста на радио сверхмечтой. Поэт, актер и журналист радиостанции «Юность» на Всесоюзном радио в 60 годы Юрий Визбор вел даже цикл репортажных передач с Крайнего Севера страны «Песня путешествует». Это были стихотворные репортажи-песни, исполняемые под гитару самим автором-журналистом то в оленеводческом чуме, то на борту вертолета, то у костра с геологами Ямала. Они стали живыми звуковыми открытками из жизни. Почему «открытками»? Потому что эти репортажи, пройдя в эфире, получали такую популярность, что требовали продления своей жизни, но уже в другом формате: записанные на виниловой пластинке, они продавались вместе с газетой «Комсомольская правда» в киосках Союзпечати, рассылались по почте ее читателям. Это был пиарный ход? Нет, это торжествовал необыкновенный успех радиожурналистики и его жанра – РЕПОРТАЖА,